

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
DI SURABAYA
SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



Diajukan Oleh

**TAN TJIE HWAT
No. Pokok : 049822398-E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA
DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

TAN TJIE HWAT

No. Pokok : 049822398-E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., M.S

TANGGAL.....^{2/03}₉.....

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL.....^{3/9}₂₀₀₃.....

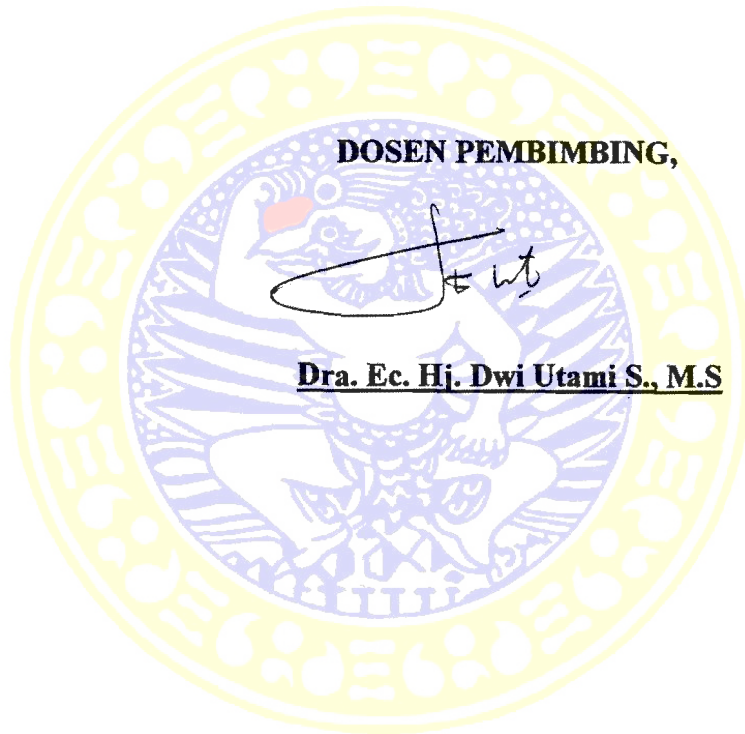
Surabaya,^{20/03}/₈.....

SKRIPSI TELAH SELESAI DAN SIAP DIUJI

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hj. Dwi Utami S., M.S



ABSTRAKSI

Pemilihan judul yang menekankan pada kepuasan pelanggan dilihat dari dimensi kualitas produk sepeda motor merek Honda dikaitkan dengan loyalitas pelanggan dalam hal ini tidak terlepas dari iklim persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan membanjirnya sepeda motor dari negeri Cina yang lebih menawarkan pada harga yang lebih rendah. Namun untuk menilai loyalitas pelanggan sangat dimungkinkan tidak hanya dipengaruhi oleh harga tetapi juga kualitas produk. Untuk itu dalam penelitian ini ingin dikupas mengenai kepuasan pelanggan dilihat dari dimensi kualitas produk atas produk sepeda motor merek Honda yang notabene menguasai pasar sepeda motor di tanah air.

Variabel penelitian ini terdiri dari kepuasan pelanggan dilihat dari dimensi kualitas produk yaitu: *performance*, *features*, *reliability*, *conformance to specifications*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan atas produk sepeda motor merek Honda. Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Pengukuran data diukur dengan menggunakan skala interval yaitu skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan sepeda motor merek Honda yang berdomisili di Surabaya, teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan metode *cluster sampling* dan *purposive sampling*. Teknik analisis data dengan menggunakan formulasi regresi linear berganda, dan uji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji F dan Uji t.

Berdasarkan kalkulasi program SPSS release 11.00. diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 67,899, sedang nilai F_{tabel} adalah 1,94 (H_0 ditolak dan H_a diterima). Hal tersebut berarti *performance* (X_1), *features* (X_2), *reliability* (X_3), *conformance to specifications* (X_4), *durability* (X_5), *serviceability* (X_6), *aestetika* (X_7), *perceived quality* (X_8) produk sepeda motor merek Honda mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi parsial (r^2) tertinggi diantara variabel bebas penelitian yaitu variabel *durability* (X_5) sebesar 32,1%. Untuk itu variabel tersebut berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan atas produk sepeda motor merek Honda.